

MATTHEW HINDMAN (2009).

The Myth of Digital Democracy

New Jersey: Princeton University Press

**FRANCISCO RUI CÁDIMA**

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA

Tarefa dura para este professor da Arizona State University nesta sua quase aventura contra a corrente mediática e académica. Claro que – sabemos agora – as grandes barreiras foram em boa parte superadas por este excelente, embora arriscado e polémico trabalho. Mas começemos pela atribuição de um Goldsmith Book Prize, em Março de 2010, e de um 2009 Award for Social and Ethical Relevance in Communications Policy Research precisamente a este seu livro *The Myth of Digital Democracy*, que naturalmente vieram dar um crédito acrescido às suas principais conclusões, enunciadas de forma inovadora relativamente ao «establishment» e à tendência global, e isto apesar das muitas críticas demolidoras que a obra já recebeu.

Esta obra parte da hipótese de que o clamor, ou melhor, um certo ciberoptimismo em torno da possibilidade da Internet estar a democratizar a política poderá, no final, não corresponder à verdade. O próprio autor reconhece que «broad claims about goodness of the Internet, are, of course, hard to refute. (...) This volume tries to avoid such overarching judgements about the value of the technology» (p. 5). E acaba por se aproximar da tese de que há efectivamente nesta nova cultura das redes mais desigualdades na política online do que na esfera política tradicional: «political expression online is orders of magnitude more unequal than the disparities we are used to in voting, volunteer work, and even political fund-raising» (p. 17). Para além disso, constata que os sistemas cujo conteúdo político diverge do tradicional acabam por ter uma pequena percentagem de tráfego na Net, sendo que os sites publicamente mais conhecidos recebem, de facto, a maior parte do tráfego online.

Evidentemente que se trata aqui de um conjunto de teses e asserções que dividem públicos e audiências, dos mais aos menos especializados. Poder-se-ia dizer que algumas das reflexões de Hindman merecem o acordo geral, mas essas são muito minoritárias na obra. Refere que há uma tendência para reconhecer na Net um forte impulsionador da esfera pública, bem como do debate e da participação da cidadania, mas, na dúvida, propõe que o livro procure fundamentalmente a evidência de que a Net expande a voz dos cidadãos vulgares, partindo desde logo do princípio de que muito do que conceptualizava o «analógico» migra para o digital (*online politics is simply "politics as usual"*), defendendo

também que «the mechanisms of exclusion may be different online, but this book suggests that they are no less effective» (p. 12) e ainda que «gates and gatekeepers remain a critical part of the information landscape, even in the Internet age» (p.13).

Tudo se agrava um pouco mais quando chegamos aos órgãos centrais da máquina em análise – os motores de busca, bem como à arquitectura tecnológica da rede, protocolos de dados, código HTML, etc.: «Some sites never get indexed by search engines at all. The visibility of political content on the Internet follows winners-take-all patterns, with profound implications for political voice» (p. 15), sendo que entramos aqui justamente num sistema de forte domínio e de limitação do próprio comportamento de busca do utilizador. Hindman sublinha que esta sua análise «finds powerful hierarchies shaping a medium that continues to be celebrated for its openness» (p. 18), a começar, dir-se-ia, no próprio fenómeno da concentração, que poderá adquirir no online uma expressão ainda mais crítica do que no offline e a terminar na criação de novas desigualdades, bem como de hierarquias estruturais, económicas e sociais que não são neutras relativamente ao respeito pelos valores centrais da própria experiência democrática. De qualquer modo, e apesar dos sinais contra a corrente, pode dizer-se que mesmo assim há tendencialmente um esvaziamento da chamada «indústria da notícia».

Basicamente, estudando algumas campanhas políticas norte-americanas, como a do democrata Howard Dean, de 2004, que, como afirma, de certa maneira representou para a Net aquilo que o debate Nixon-Kennedy foi para a TV, Hindman pensa que, segundo os dados dos seus estudos, a Net tem efeitos modestos sobre a política de massa: «If Web sites are not a way to reach the masses, the Dean campaign and others have shown that they can be a powerful tool for energizing the faithful and fund-raising. In short, the Dean phenomenon demonstrates that the Internet can affect what might be termed the supply chain of politics» (p. 28). Refira-se que a obra de Hindman é imediatamente anterior à campanha de Obama, se bem que os primeiros dados das primárias tenham chegado a ser analisados na obra.

Temos então uma rede fechada, uma «Googlearchy» como Hindman lhe chama, isto é, uma estrutura de *links* de sites políticos (ou outros), dominada por motores de busca submetidos à lógica própria dos sites que lideram as audiências, mas, mais do que isso, constituindo um sistema altamente concentrado, o que na perspectiva do autor não assegura uma diversidade de acesso aos conteúdos (p. 43). O sistema de abertura e de *hyperlinking* da rede é aqui crucial. Hindman descreve as diferentes «camadas» da arquitectura da rede já propostas por Lawrence Lessig e por Yochai Benkler: *hardware layer*, *code/logical layer*; *content layer*, para dizer que falta uma última e decisiva camada: a *search layer*. E é exactamente a «link topology» da Web que permite ver para onde está direccionada a atenção, a visibilidade dos sites, e, no fundo, entender que «the online public sphere is less open than many have hoped or feared» (p. 41). Há, portanto, uma «googlearchy»,

que é também, e sobretudo, uma regra que se replica e auto-perpetua em toda a Web: «the rule of the most heavily linked» (p. 55). O que significa que a densidade de ligações é um instrumento eficaz para a obtenção de quota de audiência, podendo daqui retirar-se também que existe uma inabilidade cognitiva, intrínseca, do cidadão para responder à «astounding overabundance» de informação online. Em síntese: «The end-to-end design of the Web might not limit the political sites that citizens visit, but the link structure of the Web certainly does» (p. 57)

Naturalmente, quando se sabe que a maior parte do tráfego Web (10,5 %) é pornografia, que 9,6% é Webmail, 7,2% vai para os motores de busca, 2,9 % para informação e *media* e apenas 0,12% para sites da área política; quando se sabe que há enormes disparidades de tráfego entre os principais sites do top 10 da Web e os restantes do top 50 - e que estes, no conjunto, representam 41% do tráfego global; quando se sabe que 95 por cento das consultas a motores de busca são direccionadas apenas para a Google, a Microsoft e a Yahoo!; quando se pensa um pouco sobre estes números, as conclusões a retirar não são obviamente muito favoráveis ao «ciberoptimismo». Veja-se o caso particular dos utilizadores dos 18-34 anos, reconhecidamente desfasados da política nas duas últimas décadas, que em termos de tráfego web representam 43% do tráfego global, mas em termos de informação representam apenas 32% e no domínio dos sites políticos apenas 22%, isto quando os utilizadores acima dos 45 anos representam, respectivamente, 46% e 57%. O que leva Hindman a defender, face a esse declínio de participação política dos jovens, que «these data show that the Internet is not an easy solution to youthful disengagement» (p. 68), ou ainda que «the patterns of online traffic (...) should help weaken many persistent myths about online political discourse» (p. 81)

Dir-se-ia, portanto, haver múltiplos sinais de barreiras à entrada e de concentração na Internet: económica e empresarial, no plano da produção de conteúdo, das audiências, do tráfego, dos motores de busca, do software, etc, etc. Dan Gillmor, aliás, no seu *We the Media* (2004) já havia alertado para o fenómeno da concentração de grupos/empresas no online. Mas com Hindman torna-se evidente que o fenómeno é mais complexo e profundo, começando por verificar que é errada a noção de que as audiências no online são menos concentradas do que no offline: «The same financial pressures blamed for market concentration in the off-line world are quite visible online» (p. 86), muito embora no domínio da distribuição haja efectivamente condições mais favoráveis na Web. Hindman utiliza depois as tradicionais métricas, sobretudo a HHI para verificar o grau de concentração online e offline, concluindo que «news and media consumption is more concentrated online than off-line» (p. 96). Mas mais assertivos são os dados resultantes da aplicação dos índices Gini, HHI e Noam index, que nos dizem o seguinte: «newspaper content is more concentrated online than in print. The top ten outlets control more of the total market, and the Gini coefficient for Web site traffic is larger than that for circulation. The HHI e Noam index

are twice as large for the online data» (p. 98). Mas, mais crítico e grave para o sistema democrático será a seguinte constatação: «It is the middle-class outlets that have seen relative decline in the online world. Moreover, it is overwhelmingly smaller, local media organizations that have lost out to national sources» (p. 100). Daí Hindman concluir no seu capítulo sobre a concentração que face aos dados obtidos, a diversidade dos media, a construção de uma esfera pública ampla e a igualdade de participação nos debates cívicos são ainda aspectos que se enquadram mais numa perspectiva duvidosa do que em algo de mais consistente no novo contexto digital.

Poder-se-ia falar, algo paradoxalmente, em «concentração» na própria blogosfera. Hindman também nos dá dados interessantes sobre essa matéria, se bem que já um pouco datados. A nova elite do sistema de media, como lhe chama, vem de certa forma desdizer a habitual convicção de que a blogosfera amplifica a diversidade de vozes políticas dos cidadãos vulgares. Mas uma análise mais atenta aos *bloggers* e ao seu público, faz-nos repensar o senso comum e as ideias feitas. Inclusive a visão do próprio jornalismo sobre a blogosfera, que a tem acusado de inexacta, de desconhecer as regras do jornalismo e de envenenar o debate público por ser politicamente tendenciosa. Mas nesta obra uma das ideias que se rebate é justamente essa: uma parte significativa dos blogues de maior audiência nos EUA são escritos por jornalistas e ex-jornalistas, ou por indivíduos com formação académica de alto nível. Para além disso, no seu «blogger census» (sobre os 87 blogues políticos norte-americanos de maior audiência), Hindman vem dizer-nos que dois terços do tráfego da sua amostra ia para uma elite de *bloggers* com doutoramento feito nas melhores escolas americanas (o que não acontece no jornalismo) e que o «blog traffic is far more concentrated on top *bloggers* than newspaper readership is on top journalists» (p. 121). Mais: quando comparados com os columnistas mais prestigiados da imprensa norte-americana, esses *bloggers* também apresentam formação de mais elevado nível: «less than half of the columnists have either an advanced graduate degree or have done graduate study, in contrast to 70 percent of the bloggers. Twenty percent of the op-ed columnists have earned a doctoral degree; more than half of the bloggers have done the same» (p.126).

A verdade é que não há bela sem senão. E uma visão mais aprofundada desta blogosfera mostra uma clara ausência de «vozes» no plano do género, da etnia e da raça. E uma análise mais aprofundada da própria Internet mostra a constante desigualdade no acesso; a persistência da exclusão digital mais evidencia o défice de pluralismo e da deliberação online, e mais do que isso: «it may be easy to speak in cyberspace, but it remains difficult to be heard» (p. 142). Tudo pesado, inclusive as dúvidas que se poderão ter, aqui e ali, sobre algumas quase certezas de Hindman, o certo é que *The Myth of Digital Democracy* é já inquestionavelmente uma obra de referência sobretudo para os investigadores que pensam a interacção entre o digital e a experiência democrática.